Cuadro flamenco, actuando en una bodega jerezana.FOTO ARCHIVO

El célebre cantaor Pepe Pinto, en una etiqueta de vino de Sanlúcar.FOTO ARCHIVO

EL VINO: UN ELEMENTO PROPICIADOR EN EL FLAMENCO

JULIO DE VEGA LÓPEZ
LCDO. EN ANTROPOLOGÍA POR LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA

La intención de este artículo no es otra que poner de relieve los numerosos vínculos que unen al flamenco con el vino, las similitudes que comparten, así como la afinidad que entre ambos existe. Al estar tan arraigada e interiorizada esta "comunión", no es de extrañar que apenas se haya reflexionado sobre ella, a pesar de ser algo consustancial a la historia del flamenco, aunque bien es cierto que, en los últimos tiempos, el vino está perdiendo protagonismo a favor de otras bebidas y sustancias ajenas a nuestra cultura.

Las ideas e hipótesis que propongo, sin ser rotundas ni absolutas, han sido el resultado de periodo de análisis y observación prolongados a lo largo de un año y medio, aproximadamente, además de lecturas de textos y revisión de material audiovisual relacionados con el tema. Mi labor como observador participante se ha desarrollado en los distintos ámbitos donde el flamenco se manifiesta en la actualidad (juergas y fiestas particulares, recitales en peñas, festivales de verano, actuaciones en teatros...), todo ello dentro de diferentes localidades de las provincias de Cádiz y Sevilla (Jerez de la Frontera, Puerto de Santa María, Rota, Sevilla capital, Morón, Utrera). Aunque el fenómeno se presentaba bajo diferentes formas y con peculiaridades, en las diversas unidades de observación elegidas, creo que las conclusiones alcanzadas se pueden extrapolar al conjunto.

De todos modos no desdeño la posibilidad de realizar un estudio más profundo y exhaustivo que contemple el alcance de este hecho cultural en las restantes zonas vinícolas andaluzas. Para comprender, en toda su dimensión, la relación entre estos dos complejos culturales es necesario considerar primero el papel trascendental que el vino tiene en nuestra región, para posteriormente pasar a analizar la incidencia de la vinicultura en el caso concreto del flamenco.

Decir, pues, que Andalucía, como parte integrante del ámbito mediterráneo cuenta con una tradición vitivinícola importante, que arranca, según la mayoría de los estudiosos, en la colonización fenicia del sur peninsular. Por sus características climáticas y por la naturaleza de sus suelos, la trilogía mediterránea (vid, olivo, trigo) encontró aquí una zona idónea para su desarrollo y difusión. Esto, junto al proceso de acumulaciones de saberes productivos que se originó, y que llega hasta nuestros días, le da a nuestros vinos un carácter peculiar y único (1) que les hace acreedores de un reconocimiento y fama internacional palpable ya en los escritos de autores de la antigüedad clásica (Polibio, Columela...). De esta forma, estos conocimientos y habilidades que

permiten la elaboración de este preciado producto han arraigado fuertemente en la población y se han trasmitido de generación en generación, atendiendo, entre otras cosas, a su peso en la economía andaluza, desde hace siglos y aún en la actualidad. Pero la trascendencia del vino en nuestra región no responde sólo a su interés crematístico, cumple también otras funciones de vital importancia; por ejemplo, se erige como un marcador identitario local y comarcal innegable. Más allá de las vicisitudes económicas y de las modas culturales, son muchos los lugares de Andalucía que mantienen como uno de los elementos fundamentales de autoidentificación sus vinos, sus viñas, sus lagares y sus bodegas. En este sentido me parece oportuno reproducir aquí unas ideas del profesor Isidoro Moreno que pueden ayudar a comprender lo que intento hacer llegar a los lectores (2):

"(...) La identificación simbólica entre un producto y su lugar de producción opera tanto en el, interior como en el exterior de cada sociedad local y tiene tanto mayor fuerza real cuanto más expansión y cotización tenga el producto elaborado, mayor sea su peso en la economía local, más grande sea el número de personas que estén directamente o indirectamente inmersas en el proceso productivo, y mayor tradición posea éste (...) Esta identificación viene propiciada por la existencia de unas bases materiales determinantes -citadas anteriormente- pero también, y sobre todo, por un "savoir faire" (3), conseguido generalmente mediante la experiencia de trabajo, la habilidad y el espíritu de iniciativa de generaciones (...)".

Esta capacidad definitoria de identidades colectivas la posee también el Flamenco y se hace perceptible en diferentes contextos sociales (4). Pero quizás, lo que más nos interese en este caso es el papel que juega el vino como elemento mediador de las relaciones sociales. Su poder desinhibidor facilita la comunicación social y predispone a la emotividad y al apasionamiento, en algunos casos. Es un elemento central en los fenómenos de comensalismo más o menos ritualizados, en celebraciones de carácter extraordinario, como son por ejemplo las fiestas locales, las celebraciones familiares... Pero en los contextos cotidianos también estimula la comunicabilidad, subraya el *nosotros* más que el yo y propicia, simbólicamente, una verdadera comunión dentro de cada grupo no formalizado. Esto explica, junto al hecho de que las relaciones sociales entre varones se den fuera del ámbito doméstico, la proliferación de tabancos, tabernas y bares que no son, sin más, simples "lugares para beber" sino que constituyen, sobre todo, centros de relación y reunión de hombres, de forma casi diaria, donde el vino aparece como mediador fundamental (5).

El consumo de vino no lleva, en un principio, para los andaluces connotaciones de vicio ni de drogodependencia, de ahí que se les permita a los jóvenes (6) e incluso a los niños beber pequeñas cantidades en ocasiones particulares, iniciándolos así en la "*cultura del vino andaluza*".

Como posteriormente veremos especialmente esta última propiedad del vino donde radica su estrecha vinculación cante, es decir, se manifiesta con mayor claridad en contextos extralaborales no siempre tienen por que ser festivos.

Pero, paralelamente, ambos elementos han coexistido, también, en el ámbito laboral. Está claro que el proletariado bodeguero (arrumbadores, tone-

leros...) y, sobre todo, los jornaleros de las viñas, eran grupos formados por estratos sociales populares que se veían sometidos a condiciones laborales y económicas especialmente duras. Estos sectores de población, donde la presencia de la etnia gitana era considerable, son los que podríamos considerar como los verdaderos artífices del Flamenco. En la novela "La Bodega" de Blasco Ibáñez encontramos un testimonio fehaciente de la realidad social a la que estoy aludiendo. En ella se describen, con buena dosis de realismo, la fuerte polarización de la sociedad jerezana de principios del siglo XX y las calamidades por las que pasaban las innumerables legiones de desheredados (gañanes, jornaleros, gitanos y modestos empleados) que vivían a expensas de las veleidades de los grandes propietarios bodegueros. En las gañanías (7), por ejemplo, el cante era una de las pocas cosas que aparecían con frecuencia y abundancia. Se solía cantar al principio de la jornada –como si con ello se consiguiesen las fuerzas necesarias para el trabajo-, durante las faenes, o bien al finalizar éstas, cuando, en ocasiones, la exigua comida se veía animada por un poco de vino.

Esta "*canción de cuadrilla*" (8), que reproduzco a continuación, era uno de los cantes que los gañanes hacían:

"*Manijero, manijero,*
dame de mano ya
que la casa está mu lejo,
nos tenemos que bañá.
Mañana me voy, me voy
y la gente que dirá
que se va de la cuadrilla
la que má ruio da".

Así mismo, esta experiencia laboral dura, basada en un cuidado especial, esmerado, casi personalizado, de las plantas y frutos, marcaba de forma particular la conciencia de la numerosa mano de obra, hasta el punto de que la viña y los cuidados que se le dispensaban se convertían en alegorías explicativas de realidades de otra índole. Esta bulería, sin ir más lejos, puede interpretarse como una metáfora entre la viña y el ser amado:

"*Ay, que fatiguita es la mía*
que quise poné la enmienda
a una viñita perdía,
y cuando quise ponerla
enmienda ya no tenía".

De todos modos, es en los ratos de ocio donde la conexión Flamenco –vino aparece con mayor fuerza y nitidez. Las tabernas, los bares, los cafés cantantes, los colmados y las ventas han sido lugares naturales de estas dos manifestaciones culturales. El vino, y de forma importante también los aguardientes, han contribuido tradicionalmente a que el arrojo, la sensibilidad, la emotividad

y la capacidad para recordar que requiere todo ritual flamenco para llegar a consumarse, hicieran acto de presencia. Facilita e incentiva la aparición del "*duende*", predispone a los asistentes y participantes y, como decíamos antes, fomenta una verdadera comunión simbólica (9). Muestra de ello son las letras de estos cantes que aún hoy se siguen haciendo:

Bulería
"Si es cuando está bebía, gitana,
que me demuestra tu queré
permita Dio y te beba
Sanluca, er Puerto y Jeré".

Fandango
"Pa olviá.
To er que fatiga a tenío,
¿por qué bebe pa olviá?
Un desengaño he tenío
Y quiero bebé pa recordá
Lo mucho que te he querío".

Ya en los primeros documentos (10) que nos hablan de Flamenco o más bien, de los precedentes de este, podemos rastrear la presencia del vino y la funcionalidad que poseía en aquellas primigenias fiestas.

También en la prensa de la época de los cafés cantantes, son numerosos los artículos que muestran su disconformidad y descontento con todo lo que acontecía en este tipo de locales y, especialmente, con el consumo masivo de vino y las consecuencias que éste acarreaba. Los articulistas que elaboraban estos escritos estaban imbuidos en el discurso moralista y antiflamenquista que parte de la intelectualidad española esgrimía. Arremetían contra el Flamenco, además de contra otras tradiciones españolas, porque lo consideraban carente de valor cultural y contrario al proceso de modernización que nuestro país tenía que experimentar para alcanzar el nivel del resto de Europa.

Más cercanas en el tiempo, son las "*juergas de los señoritos*", de las que encontramos numerosas referencias en obras como "Dos días de septiembre" de Caballero Bonald. "Epitafio para un señorito" de Manuel Barrios, o bien en la ya citada de Blasco Ibáñez. En estas ocasiones se daba también la conjunción de los elementos a los que me vengo refiriendo. Los artistas (11), acudían al llamamiento de estos acaudalados señores, muchos de los cuales basaban su fortuna en la industria vinatera, a cambio de algún dinero y con la esperanza de alcanzar algo de lo que en estas fiestas se comía y bebía -el vino solía se de excelente calidad-. Sin ser la salvación definitiva para sus maltrechas economías, estos acontecimientos le reportaban unos beneficios nada despreciables, dada su situación.

Además de estas fiestas de marcado carácter elitista y en las que los flamencos actuaban como meros figurantes, se celebraban, y se siguen celebrando.

Otras en las que los sectores sociales, a los que hemos atribuido la autoría y el cultivo del Flamenco, ocupan posiciones más destacadas, con mayor grado de participación y protagonismo. En estos episodios festivos (celebraciones locales, familiares, religiosas...), en los que el componente étnico y el sentimiento de pertenencia a un grupo familiar se activa de forma ostensible, Flamenco y vino aparecen, de nuevo, como elementos indisolubles de una misma realidad. Esta alboreá, cante que se hace en las bodas gitanas, nos hace reparar, una vez más, en la centralidad del vino en estos contextos festivos:

"*En aqué rincón*
hay un barrí tapao,
yo a mi Dio le pío
sea vino amontillao"

Otro hecho que viene a confirmar la idea central de este artículo, es la recreación constante del ambiente tabernario, tan unido al Flamenco tradicional, que se hace en las peñas, e, incluso; en las grabaciones que se realizan para la televisión. Dentro de la decoración de las primeras, en concreto, son recurrentes los motivos alusivos a la vinicultura: fotografía, carteles publicitarios, leyendas panegíricas del vino, y, por supuesto, las botellas, que se suelen colocar en lugares perfectamente visibles.

La acción de las firmas bodegueras, continuadoras, en cierto modo, del mecenazgo que ejercían los "*señoritos*", se deja notar también en este sentido, ya que es bastante usual que estas subvenciones parte de los espectáculos que organizan los socios, a cambio de que en el local solo se vendan sus vinos.

Al estar asociado el consumo de vino al Flamenco, estas empresas ven en los recitales unas ocasiones inmejorables para relanzar sus productos, especialmente ahora que están siendo desbancados por otras bebidas (cervezas y whisky sobre todo). No obstante, como decía al inicio, estos cambios se están produciendo de forma generalizada, esto es, no solo se ha reducido el consumo de vino en los ambientes flamencos, sino que ha afectado por igual a todo el mercado.

Otro fenómeno al que tampoco está siendo ajeno el Flamenco es a la introducción y a la difusión de drogas que se viene produciendo en nuestra sociedad, como consecuencia de la adopción de modelos foráneos conectados con la expansión de la llamada "*modernidad*" y sus intereses económicos transnacionales. Estas drogas son causantes, en muchos casos, de efectos perniciosos, destructivos y antisociales. Por este mismo motivo, creo que se hace necesaria una reflexión que conlleve a la revalorización de lo propio y nos ayude a ser más selectivos a la hora de adoptar las pautas culturales foráneas que nos ofrecen y, casi nos imponen. Además, con la irrupción de estas sustancias, los valores culturales, sociales e identitarios que poseen tanto el Flamenco como el vino, frutos de la continuidad civilizatoria que define a Andalucía, pueden verse sometidos a una mutación que los desvirtúe. De todos modos, confío en que las aguas vuelvan a su cauce natural y que siga siendo efectiva la bella y acertada definición del Flamenco que nos dio Manuel

Machado en su poema "*Cantares*" (12):

> "*Vino, sentimiento, guitarra y poesía*
> *hacen los cantares de la patria mía.*
> *Cantares...*"(...)

NOTAS PARA EL LECTOR

En Andalucía se crían y envejecen los vinos mediante el sistema conocido por el nombre de "*soleras y criaderas*", que difiere notablemente de cómo se crían los vinos en otras regiones españolas y mediterráneas. La peculiaridad de este proceso radica en que los vinos no tienen añadas, es decir, cada cosecha no envejece de forma independiente, como lo hacen en la Rioja o en la Ribera del Duero, por citar dos denominaciones de origen por todos conocidas, sino que se entremezclan. Se produce un mestizaje biológico entre los vinos viejos y los jóvenes que han sido seleccionados tras un cierto periodo de fermentación. Por lo tanto, la calidad del vino resultante no depende tanto de la cosecha, sino más bien de la solera y de las condiciones en las que envejezca.

Expuestas en el artículo "La cultura del vino en Andalucía: identidades socioculturales y cultura del trabajo".

Literalmente significa saber hacer. Conecta esto con el concepto de cultura del trabajo, expuesto en el artículo citado anteriormente.

Por ejemplo, actúa a nivel nacional, cuando lo andaluz se presenta como genéricamente español; a nivel regional, cuando el flamenco aparece como un rasgo identitario de la cultura andaluza; a nivel comarcal, cuando se produce una identificación entre un tipo concreto de cante y una comarca –es el caso de los cantes de Levante, p. ej.-; a nivel local, como ocurre en Jerez; a nivel étnico, cuando el cante es reivindicado por los gitanos como patrimonio exclusivo; e incluso a nivel sublocal, como pasa en el barrio de Santiago de Jerez, o en el de Triana, en Sevilla.

La cerveza está sustituyendo, sobre todo en estratos sociales medios y en meses calurosos, al vino. El consumo de pequeñas porciones de comida (aceituna, cacahuetes, altramuces, embutidos, o tapas propiamente dichas) dependerá de la categoría de la taberna o bar y del nivel económico de quienes lo frecuentan.

Considero que los nuevos fenómenos que han aparecido en los últimos años, en Andalucía y en otras partes de la Península, sobre todo en calles y plazas determinadas de las grandes ciudades y en estratos sociales medios, de grupos de jóvenes de ambos sexos que consumen grandes cantidades de alcohol los fines de semana –lo que conocemos por el fenómeno del botellón-, no están conectados con la cultura del vino andaluza, sino que, más bien, suponen una ruptura con las pautas de consumo en las que ésta se basa.

La compañía de baile de Antonio "El Pipa" reproduce, en su espectáculo "Vivencias", el acontecer de una gañanía. En la novela "La Bodega" encontramos también relatos que nos pueden dar una idea bastante aproximada de cómo vivían los gañanes en estas casas.

En rigor, este cante, que estaría dentro del grupo de los "cantes de faena"

habría que considerarlo como un testimonio preflamenco. Ha sido extraído de la recopilación "La Tradición musical en España: Jerez de la Frontera" editado por la Consejería de Cultura y el Centro Andaluz de Flamenco.

En los espectáculos que se celebran en los teatros, la repercusión del vino es menor, ya que el consumo está restringido a momentos muy puntuales.

Ver, entre otros, los documentos, de carácter legislativo, que reproduce Juan de la Plata en su artículo "Esclavos, moriscos y gitanos en la etapa hermética del Flamenco" (Revista de Flamencología nº 3).

Utilizo el término artista porque se puede hablar, en este caso, de una incipiente profesionalización.

Solo cito los primeros versos del poema. En el número tres de la Revista de Flamencología se puede encontrar el poema completo.

El vino nunca falta en una reunión de flamencos jerezanos. Canta Juan Zarzuela.
FOTO ARCHIVO